

## **PEMPEK *HEALTHY INSIDE*** (Perencanaan Pendirian Usaha Makanan Tradisional Khas Palembang)

**Natasha Kristina Wijaya<sup>1</sup>, Sri Megawati Elizabeth<sup>2</sup>**  
Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang

<sup>1</sup>srimewawati@stie-mdp.ac.id<sup>2</sup>natashakristinawijaya@mhs.mdp.ac.id

### **Abstrak**

*Pempek Healthy Inside merupakan usaha restoran yang bergerak di bidang kuliner yang memproduksi makanan-makanan tradisional khas Palembang. Usaha ini menawarkan berbagai hidangan seperti aneka pempek kecil, pempek telur besar, celimpungan, laksan, tekwan, model, serta lenggang dengan mengaplikasikan 5 warna alami pilihan yakni ungu dari ubi, jingga dari wortel, merah dari buah naga, hitam dari tinta cumi, dan hijau dari daun suji. Usaha ini berlokasi di Jalan Lintas Timur Kecamatan Seberang Ulu Palembang. Promosi yang akan dilakukan menggunakan media online, bekerja sama dengan PT Gojek Indonesia, serta menggunakan brosur. Berdasarkan aspek kelayakan usaha yakni Net Present Value (NPV) sebesar Rp. 1.080.073.785, Payback Period (PP) yaitu selama 1 tahun 1 bulan 24 hari, Profitability Index (PI) sebesar 3,35, Internal Rate of Return (IRR) sebesar 94,84%, dan Accounting Rate of Return (ARR) sebesar 244,62%, maka Pempek Healthy Inside dinyatakan layak untuk dijalankan dan berprospek menguntungkan di masa mendatang.*

**Kata kunci :***Pempek Healthy Inside, makanan tradisional khas Palembang*

### **Abstract**

*Pempek Healthy Inside is a restaurant business that serve any kind of Palembang's traditional food. This restaurant offer any kind of food such as aneka pempek kecil, pempek telur besar, celimpungan, laksan, tekwan, model, and lenggang that will be applied 5 different colors from veggie that are purple from yam, orange from carrot, red from dragon fruit, black from squid ink, lastly green from suji leaf. This restaurant is located at Lintas Timur Street, Seberang Ulu district, Palembang city. Promotion of this restaurant by online media, cooperate with PT Gojek Indonesia, and also a brochure. Depend of the feasibility aspects of the business such as Net Present Value (NPV) is Rp. 1.080.073.785, Payback Period (PP) is 1 year 1 month 24 days, Profitability Index (PI) is 3,35, Internal Rate of Return (IRR) is 94,84%, and Accounting Rate of Return (ARR) is 244,62%, so Pempek Healthy Inside is feasible and have profitable prospect in the nearfuture.*

**Keywords:***Pempek Healthy Inside, tradisional food from Palembang*

## 1. Pendahuluan

Sebagai penduduk asli kota Palembang, pempek merupakan makanan yang menjadi ciri khas yang dikenal baik dan telah menjamur bagi seluruh kalangan masyarakatnya. Selain pempek, yang menjadi makanan khas kota Palembang yaitu laksan, lenggang, tekwan, model, celimpungan, pempek telur besar, dan lain-lain. Makanan ini sering dikonsumsi sebagai makanan selingan di berbagai acara. Pempek *Healthy Inside* merupakan pendirian usaha di bidang kuliner yang menawarkan produk makanan tradisional khas Palembang yaitu pempek, tekwan, model, lenggang, laksan, dan celimpungan namun telah diinovasikan bahan pembuatannya. Produk dari Pempek *Healthy Inside* berbahan dasar ikan gabus dan ikan tenggiri namun perbedaannya penulis memanfaatkan 5 jenis sayuran sebagai inovasi bahan baku pembuatannya untuk memberikan cita rasa, kandungan gizi, serta warna yang unik dan berbeda dari pesaing. Sayuran yang digunakan yaitu daun suji untuk mendapatkan warna hijau alami, tinta cumi untuk mendapatkan warna hitam alami, buah naga untuk mendapatkan warna merah alami, ubi untuk mendapatkan warna ungu alami, dan wortel untuk mendapatkan warna jingga alami.

Adanya ketertarikan untuk memasuki bidang usaha ini dikarenakan termotivasi dengan peluang yang ada karena belum dilakukannya inovasi seperti ini serta memanfaatkan peluang diadakannya ASEAN GAMES 2018 di Kota Palembang. Selain itu juga dapat membawa nama makanan tradisional khas Palembang ini ke ranah mancanegara maupun Internasional. Target pasar yang dituju juga beragam mulai dari remaja, dewasa dan orangtua dari umur 7 tahun hingga 50 tahun. Apalagi perkembangan Kota Palembang juga semakin pesat, semakin banyak perkembangan hotel, perkantoran dan sektor bisnis lainnya. Hal ini dapat membantu masyarakat dalam segi pemenuhan kandungan gizi serta dapat membantu masyarakat yang sulit mengonsumsi sayuran.

Visi usaha yang akan dijalankan adalah menjadikan Pempek *Healthy Inside* sebagai pilihan makanan utama yang sehat dan berkualitas di Kota Palembang. Misi usaha yang akan dijalankan yaitu *pertama*, mengenalkan produk Pempek *Healthy Inside* sebagai makanan inovatif khas kota Palembang. *Kedua*, menggunakan bahan yang berkualitas, keefektifan dan keefisienan produksi, distribusi, serta pelayanan *after sales*. *Ketiga*, melakukan inovasi secara berkelanjutan terhadap keseluruhan sistem Pempek *Healthy Inside*. Tujuan usaha yaitu; (1) membuka kesempatan kerja, (2) memenuhi kebutuhan pelanggan akan kebutuhan konsumsi makanan serta kebutuhan pemenuhan gizi, (3) menciptakan produk yang sehat dan bergizi serta aman, (4) mendapatkan loyalitas dari pelanggan, (4) membantu pemenuhan gizi anak ataupun masyarakat yang sulit mengonsumsi sayuran.

## 2. Gambaran Usaha

Konsep yang digunakan Pempek *Healthy Inside* adalah penggunaan sayuran sebagai penambahan warna pada setiap produknya yang lebih sehat namun tetap lezat, serta memberikan penambahan nilai yakni kandungan gizinya bagi para konsumennya. Dengan penggunaan 5 warna alami pada setiap produknya diharapkan dapat menjadi daya tarik sendiri untuk mencoba produk dari Pempek *Healthy Inside*.

Proses dalam pembuatan pun dilakukan secara higienis yaitu dengan mengambil sari dari setiap sayuran yang digunakan kemudian dicampur dengan adonan dari setiap produk yang mana menggunakan campuran ikan tenggiri dan ikan gabus dengan perbandingan 1:1. Selain mendapatkan warna, rasa pada setiap sayuran pun terasa pada setiap produknya.

Produk yang ditawarkan oleh Pempek *Healthy Inside* adalah produk kemasan dimana produk kemasan tersebut disajikan melalui sistem pesanan dan sistem *ready stock*. Sistem pesanan adalah Produk Pempek *Healthy Inside* dipesan lebih awal dan

diberikan ke konsumen sesuai waktu yang sudah ditentukan. Sistem *ready stock* adalah dimana Pempek *Healthy Inside* menentukan jumlah penjualan perhari sesuai peramalan permintaan dan keadaan pasar.

Pempek *Healthy Inside* melakukan penjualan lewat interaksi langsung dengan pelanggan di restoran, selain itu melalui via media sosial seperti Line dan Instagram untuk memesan produk maupun memesan khusus untuk acara, serta dengan menggunakan aplikasi Gojek. Setelah konsumen sudah menentukan pilihan produk dan warna via *online*, konsumen hanya tinggal menunggu produknya sesuai dengan perjanjian waktu yang telah ditentukan. Pembelian juga dapat dilakukan secara langsung dengan mendatangi restoran kemudian memilih produk, membayar di kasir, dan konsumen dapat menikmati produk Pempek *Healthy Inside* pilihannya.

Pada aspek pemasaran, penulis berencana untuk bekerja sama dengan PT Gojek Indonesia agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, penulis akan memasarkan usaha ini melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *BBM* karena pemasaran menggunakan media sosial lebih efisien dan mencakup jangkauan yang luas. Untuk produk minuman, penulis menawarkan sejumlah pilihan seperti air mineral, es teh manis, es teh tawar, susu, kopi, dan jus.

Perkiraan sumber daya untuk rumah makan ini yaitu 2 pelayan, 1 koki dengan jam operasional yakni dari pukul 9 pagi hingga 5 sore dengan sistem *full day job*. Mengenai produk, penulis akan melakukan *preparation* dari bahan baku hingga bahan jadi di lokasi penjualan tersebut. Sedangkan mengenai pembayaran dilakukan secara langsung antara pembeli dan penulis (penjual) dengan metode pembayaran secara tunai / *cash*.

Dengan memanfaatkan peluang diadakannya *Asean Games* di Palembang tahun 2018, penulis ingin membuat makanan khas Palembang mendapat perhatian penuh mengingat banyak sekali orang dari berbagai negara datang ke Palembang. Begitu banyaknya pesaing yang menjamur ke dalam bisnis ini membuat persaingan semakin kompetitif. Hal ini menyebabkan penulis ingin menginovasikan makanan khas Palembang tersebut dengan merubah bahan baku dengan sayuran-sayuran sehingga menghasilkan beberapa warna yang berbeda dari produk orisinilnya. Dengan adanya keunggulan dan keunikan tersebut diharapkan dapat bersaing secara kompetitif dan mengangkat makanan khas Palembang ke ranah mancanegara.

### 3. Aspek Pemasaran

Segmentasi geografi Pempek *Healthy Inside* ialah khususnya untuk masyarakat wilayah kecamatan Seberang Ulu kota Palembang dan umumnya untuk semua masyarakat Kota Palembang serta wisatawan baik domestik maupun internasional, jika dari sisi demografi segmentasi Pempek *Healthy Inside* berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, anak-anak sampai orangtua yang berusia 7 hingga 50 tahun, dengan pendapatan menengah ke bawah.

Target pasar Pempek *Healthy Inside* adalah masyarakat kota Palembang serta wisatawan domestik maupun internasional yang berusia 7 hingga 50 tahun.

Setelah melakukan uji pasar dengan *sampling* produk ke beberapa konsumen yakni ke 30 orang, didapatlah hasilnya yakni sebanyak 20% menyukai aneka pempek kecil, 20% menyukai pempek telur besar, 10% menyukai laksan, 10% menyukai celimpungan, 20% menyukai model, 10% menyukai lenggang, dan 10% menyukai tekwan.

**Tabel 1. Perkiraan Permintaan Produk Pempek *Healthy Inside* Tahun 2018-2020**

Produk	Tahun		
	2018	2019	2020
Aneka Pempek Kecil	264.632	269.124	273.666
Pempek Telor Besar	264.632	269.124	273.666
Celimpungan	137.846	140.550	143.279
Laksan	137.846	140.550	143.279
Tekwan	137.846	140.550	143.279
Model	264.632	269.124	273.666
Lenggang	137.846	140.550	143.279

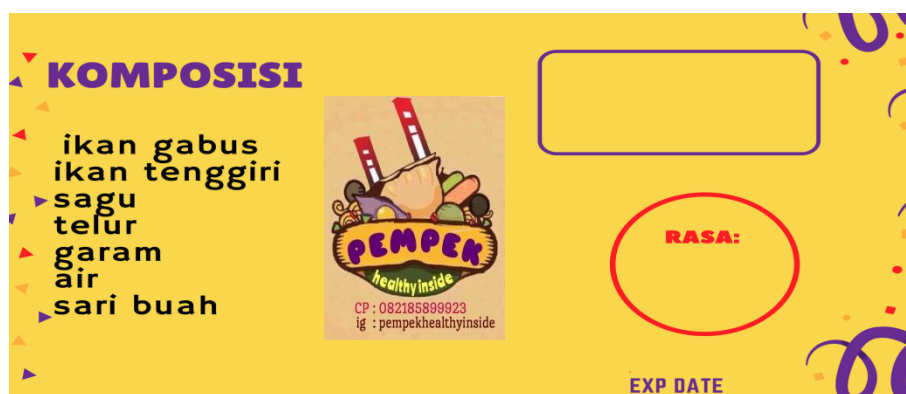
**Tabel 2. Perkiraan Penawaran Pesaing**

Pesaing	Produk	Per Tahun
Pempek Candy	Aneka Pempek Kecil	72.000
	Pempek Telor Besar	25.200
	Celimpungan	14.400
	Laksan	10.800
	Tekwan	10.800
	Model	25.200
	Lenggang	14.400
Pempek Pak Raden	Aneka Pempek Kecil	61.200
	Pempek Telor Besar	28.800
	Celimpungan	12.600
	Laksan	16.200
	Tekwan	90.00
	Model	23.400
	Lenggang	5.400
Pempek Beringin	Aneka Pempek Kecil	54.000
	Pempek Telor Besar	21.600
	Celimpungan	10.800
	Laksan	12.600
	Tekwan	10.800
	Model	28.800
	Lenggang	10.800

**Tabel 3. Perkiraan Rencana Penjualan Tahun 2018-2020**

Produk	Tahun		
	2018	2019	2020
Aneka Pempek Kecil	17.035	17.442	17.853
Pempek Telor Besar	15.122	15.396	15.673
Celimpungan	8.003	8.177	8.352
Laksan	7.859	7.970	8.082
Tekwan	6.434	6.571	6.708
Model	14.978	15.250	15.525
Lenggang	6.434	6.571	6.708


Strategi pemasaran yang digunakan Pempek *Healthy Inside* dengan menerapkan 5P. Produk Pempek *Healthy Inside* berupa aneka pempek kecil, pempek telur besar, lenggang, celimpungan, laksan, tekwan, dan model dengan pilihan 5 warna alami yakni warna merah dari buah naga, warna hitam dari tinta cumi, warna hijau dari daun suji, warna jingga dari wortel, dan warna ungu dari ubi. Proses pembuatan produk dilakukan secara langsung di ruko yang beralamatkan di Jalan Lintas Timur (Sebelum jembatan layang), kecamatan Seberang Ulu Palembang. Kemasan pada Produk Pempek *Healthy Inside* adalah kemasan plastik satu kali pakai, guna menjaga keamanan kemasan yang mengemas produk. Kemasan pilihan yang terbuat dari plastik yang aman untuk penyimpanan makanan. Berikut adalah ilustrasi dari *design* kemasan yang digunakan pada Pempek *Healthy Inside* :



**Gambar 1. Design Kemasan Produk**

Berikut adalah ilustrasi gambar produk Pempek *Healthy Inside* :

**Tabel 4. Produk Pempek *Healthy Inside***

Nama Produk	Gambaran Produk
Aneka Pempek Kecil	
Pempek Telor Besar	

Lenggang	
Laksan	
Celimpungan	
Tekwan	



Berikut adalah Logo Pempek *Healthy Inside* :



**Gambar 2. Design Logo Pempek *Healthy Inside***

Pempek *Healthy Inside* menawarkan harga yang kompeten untuk bersaing dengan pesaingnya. Dengan harga yang bersaing, serta keunikan dan keunggulan yang dimiliki, Pempek *Healthy Inside* mampu bersaing secara kompetitif dengan pesaing sejenis yang telah berkiprah lama di bidang yang sama.

**Tabel 5. Harga Produk Pempek *Healthy Inside***

No.	Produk	Harga/Porsi (Rp.)
1.	Celimpungan	20.000
2.	Aneka Pempek Kecil	3.000
3.	Pempek Telor Besar	20.000
4.	Lenggang	15.000
5.	Model	10.000
6.	Tekwan	15.000
7.	Laksan	20.000

Pemanfaatan media sosial dirasa efektif karena selain menghemat biaya dan sangat pas dengan jaman sekarang yang perkembangan teknologi semakin canggih. Pempek *Healthy Inside* memperkenalkan produk melalui media sosial Instagram dan *BBM*. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) yang diterapkan Pempek *Healthy Inside* yaitu bekerja sama dengan PT Gojek Indonesia.

Penjualan Personal (*Personal Selling*), dengan cara langsung dengan calon konsumen sehingga calon konsumen melalui restoran. Periklanan (*Advertising*), dengan brosur sebagai pilihan periklanan pada promosi. Brosur akan dibagikan secara langsung kepada masyarakat di tempat-tempat umum maupun di dalam restoran. Berikut adalah



design brosur dari Pempek *Healthy Inside* :



**Gambar 3. Design Brosur Pempek *Healthy Inside***

Kualitas karyawan Pempek *Healthy Inside* akan selalu dijaga. Karyawan akan selalu diberikan pengarahan bagaimana dalam melayani konsumen serta pengarahan dalam proses produksi. Sikap dan penampilan akan selalu diperhatikan dalam menghadapi konsumen. Keramahan juga menjadi prioritas utama dalam melayani konsumen. Untuk kriteria karyawan Pempek *Healthy Inside* tidak mengharuskan memiliki pendidikan yang tinggi. Karyawan harus mampu bekerja dengan baik, cekatan, jujur, serta disiplin.

Proses yang dilakukan Pempek *Healthy Inside* adalah melakukan produksi sesuai dengan peramalan permintaan setiap produknya. Pengelolaan bahan mentah menjadi bahan jadi dilakukan langsung di ruko penjualan / restoran. Sehingga setiap harinya, Pempek *Healthy Inside* melakukan penyimpanan / stok barang sesuai dengan peramalan permintaan.

Metode transaksi pembelian yang diaplikasikan pada Pempek *Healthy Inside* adalah metode pembayaran secara tunai dimana konsumen yang datang ke restoran Pempek *Healthy Inside* langsung melakukan pembayaran di kasir.

#### 4. Aspek Organisasi dan Manajemen

Berikut struktur organisasi yang direncanakan oleh Pempek *Healthy Inside* :

- |                            |                                                |
|----------------------------|------------------------------------------------|
| 1. Nama Usaha              | : Pempek <i>Healthy Inside</i>                 |
| 2. Jenis Usaha             | : Makanan Tradisional Khas Palembang           |
| 3. Alamat Usaha            | : Jl. Lintas Timur Kec. Seberang Ulu Palembang |
| 4. Nama Pemilik            | : Natasha Kristina Wijaya                      |
| 5. Status Pemilik di Usaha | : Pemilik Usaha                                |
| 6. Struktur Organisasi     | :                                              |





**Gambar 4. Struktur Organisasi Pempek *Healthy Inside***

Pempek *Healthy Inside* akan melakukan penyusunan jadwal pelaksanaan pra operasi selama 4 bulan yang meliputi meliputi survei pasar, menyusun rencana usaha, persiapan tempat usaha, survey pesaing, perijinan, rekrutmen karyawan, pelatihan karyawan, uji coba produksi, pemasangan saran penunjang, dan promosi. Usaha Pempek *Healthy Inside* memerlukan inventaris kantor yang berguna untuk memperlancar kegiatan penjualan. Berikut beberapa inventaris kantor Pempek *Healthy Inside* :

**Tabel 6. Inventaris Kantor Pempek *Healthy Inside***

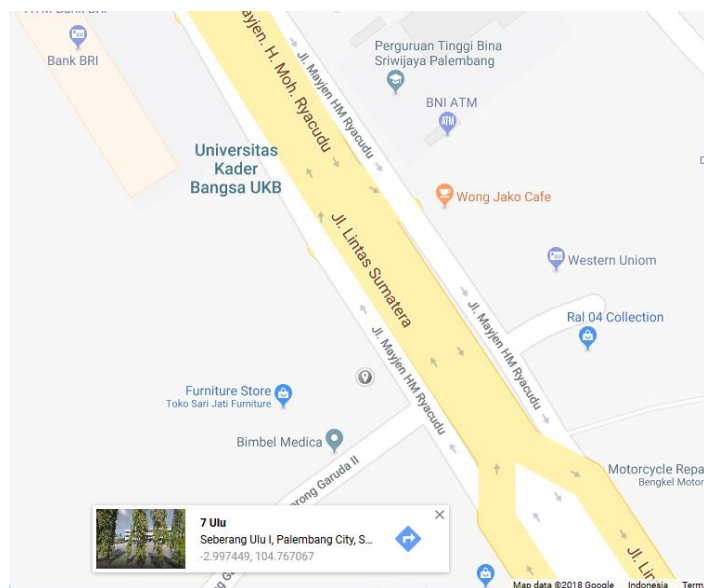
No.	Nama Barang	Jumlah Barang (unit)	Harga Satuan (Rp.)	Total (Rp.)
1.	Panci	2 buah	80.000	160.000
2.	Piring Melamin	4 lusin	100.000	400.000
3.	Piring plastic kecil	4 lusin	37.500	150.000
4.	Mangkok	4 lusin	100.000	400.000
5.	Botol Cuka	7 buah	5.000	35.000
6.	Botol kecap/cabe	7 buah	5.000	35.000
7.	Baskom	3 buah	30.000	90.000
8.	Pisau	3 buah	8.000	24.000
9.	Talenan	2 buah	7.500	15.000
10.	Kain lap	6 buah	3.300	20.000
11.	Sendok dan garpu	5 lusin	20.000	100.000
12.	Selang gas	2 buah	40.000	80.000
13.	Centong	2 buah	15.000	30.000
14.	Takaran air	1 buah	5.000	5.000
15.	Spons cuci	2 buah	5.000	10.000
16.	Panci Kecil	2 buah	50.000	100.000

Pempek *Healthy Inside* merupakan suatu usaha yang tidak berbentuk badan hukum. Izin lokasi hanya dilakukan kepada rukun tetangga (RT), dikarenakan Pempek *Healthy Inside* merupakan bisnis yang baru. Apabila di masa depan Pempek *Healthy Inside* berjalan lancar maka usaha ini akan memerlukan izin usaha sebagaimana telah ditetapkan oleh pemerintah Kota Palembang seperti SITU, Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Akte Pendirian Usaha dan lain-lain. Perlengkapan kantor Pempek *Healthy Inside* merupakan bahan-bahan yang akan digunakan dalam kantor Pempek *Healthy Inside*. Berikut adalah beberapa supply kantor yang dibutuhkan Pempek *Healthy Inside* :

**Tabel 7. Harga Produk Pempek *Healthy Inside***

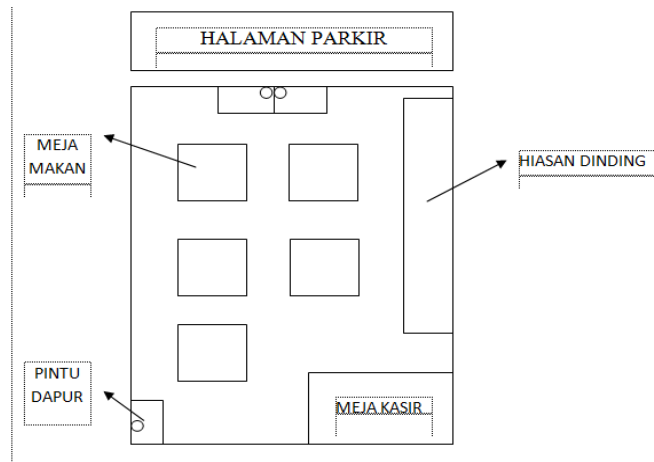
No.	Nama Barang	Jumlah Barang (unit)	Harga Satuan (Rp.)	Total (Rp.)
1.	Buku Nota	6 buah	-	18.000
2.	Pena	1 kotak	-	5.000
3.	Buku Kas	6 buah	-	12.000

## 5. Aspek Produksi

**Gambar 5. Lokasi Usaha Pempek *Healthy Inside***

Pemilihan lokasi usaha yang dipilih Pempek *Healthy Inside* adalah di Jalan Lintas Timur Kecamatan Seberang Ulu Kota Palembang. Pemilihan lokasi ini karena merupakan lokasi strategis yang sering dilalui masyarakat umum, dekat dengan perkantoran, kampus, pasar, serta dekat dengan lokasi diadakannya *ASEAN GAMES* tahun 2018, hal ini akan menjadi peluang untuk usaha Pempek *Healthy Inside*.

Pempek *Healthy Inside* membutuhkan tata letak yang strategis dan efisien agar pendistribusian produk dapat berjalan lancar dan cepat. Berikut adalah rencana tata letak Pempek *Healthy Inside* :



**Gambar 6. Perencanaan Tata Letak Pempek *Healthy Inside***

Berikut adalah proses produksi dari bahan mentah hingga bahan jadi :

1. Pembuatan bahan adonan utama dari ikan gabus dan tenggiri dengan campuran putih telur, larutan garam, air, dan sagu.
2. Dari bahan adonan utama tersebut, dibuatlah menjadi 7 macam produk yakni aneka pempek kecil, pempek telur besar, tekwan, model, lenggang, laksan, serta celimpungan.
3. Setiap produk dicampur dengan pewarna alami dari sayuran. Buah naga untuk warna merah, tinta cumi untuk warna hitam, daun suji untuk warna hijau, wortel untuk warna jingga, dan ubi untuk warna ungu.
4. Setiap produk dibentuk sesuai ukuran masing-masing produk.

Berikut adalah diagram proses urutan produksi Pempek *Healthy Inside* :

1. Konsumen melakukan pemesanan. Pemesanan bisa dilakukan langsung di tempat makan, dan juga bisa melalui Go-Food karena telah bekerja sama dengan PT. Gojek Indonesia, serta bisa dipesan melalui *Instagram* ataupun *BBM*.
2. Setelah konsumen melakukan pemesanan produk, Pempek *Healthy Inside* akan melakukan proses pembuatan produk.
3. Produk yang telah siap disajikan diberikan kepada konsumen sehingga konsumen menikmati produk.
4. Setelah selesai menyantap, konsumen kemudian melakukan pembayaran secara tunai.

Berikut adalah bahan baku dan bahan pembantu Pempek *Healthy Inside* :

**Tabel 8. Persediaan Bahan Baku dan Bahan Pembantu**

Bahan Baku	Bahan Pembantu
Ikan Tenggiri	Stiker Kemasan
Ikan Gabus	Kemasan Plastik
Sagu	Kantong Plastik
Buah Naga	
Ubi	
Tinta Cumi	
Daun Suji	
Wortel	

Pempek *Healthy Inside* memerlukan mesin dan peralatan untuk melakukan produksi dan distribusi yang cepat tepat. Perencanaan pengadaan mesin dan peralatan Pempek *Healthy Inside* adalah sebagai berikut :

**Tabel 9. Daftar Mesin dan Peralatan Pempek *Healthy Inside***

No.	Mesin dan Peralatan	Fungsi
1	Panci	Tempat kuah laksan, celimpungan, tekwan, dan model.
2	Kompor gas	Memasak.
3	Piring melamin	Tempat makan.
4	Piring Plastik kecil	Tempat makan.
5	Mangkok	Tempat makan.
6	Botol cuka	Wadah cuka.
7	Botol kecap/cabai	Wadah kecap/cabai
8	Baskom	Membuat adonan pempek dll.
9	Pisau	Memotong pempek dan bahan masak lainnya.
10	Talenan	Tempat untuk memotong.
11	Kain lap	Untuk membersihkan alat masak, alat makan, meja, kursi, dll.
12	Kursi makan	Tempat duduk untuk konsumen.
13	Sendok dan garpu	Alat makan untuk konsumen di tempat.
14	Meja makan	Tempat makan untuk konsumen.
15	Meja masak	Tempat memasak kuah dan produk lainnya.
16	Meja kasir	Tempat untuk konsumen melakukan pembayaran dan mengambil bungkus.
17	Tabung Gas	Menghidupkan kompor.
18	Selang gas	Menyambungkan gas dengan kompor.
19	Centong	Untuk mengambil kuah laksan, celimpungan, tekwan, dan model.
20	Takaran air	Untuk mengukur air yang digunakan untuk membuat produk.
21	Spons cuci	Untuk mencuci barang.
22	Blender	Untuk membuat minuman.
23	<i>Freezer</i>	Untuk menyimpan bahan masakan seperti ikan, sayuran, dan lain-lain
24	Kipas angin	Mendinginkan restoran.
25	Genset	Cadangan listrik saat mati lampu.
26	Lampu bohlam 5 watt	Untuk menerangkan
27	Kulkas	Menyimpan minuman dan sayuran.

## 6. Aspek Keuangan

Modal merupakan unsur penting dalam mendirikan ataupun menjalankan suatu usaha. Permodalan Pempek *Healthy Inside* berasal dari hibah orang tua sebesar 84% yaitu Rp. 409.958.000 dan modal sendiri sebesar 16% yaitu Rp. 50.000.000. Pempek *Healthy Inside* membutuhkan modal kerja seperti biaya bahan baku, biaya operasional seperti biaya gaji, isi ulang gas, listrik, air, pemasaran, kuota internet, dan biaya sewa ruko, serta biaya bahan baku tidak langsung.

**Tabel 10. Biaya Modal Kerja**

Modal Kerja	Biaya Sebulan (Rp.)	Biaya Setahun (Rp.)
Biaya Bahan Baku	23.216.000	278.592.000
Biaya Operasional	9.060.000	151.120.000
Biaya Bahan Baku Tidak Langsung	1.421.000	17.052.000

Berikut ini merupakan tabel mengenai perhitungan perkiraan rencana penjualan, analisis laporan keuangan, analisis kelayakan usaha, dan BEP usaha Pempek *Healthy Inside* pada tahun 2018-2020 yaitu sebagai berikut :

**Tabel 11. Perkiraan Pendapatan Rencana Penjualan Tahun 2018-2020**

Produk	Tahun (Rp.)		
	2018	2019	2020
Aneka Pempek Kecil	51.105.000	54.070.200	57.129.600
Pempek Telor Besar	302.440.000	324.431.100	336.969.500
Laksan	15.718.000	167.297.400	173.763.000
Celimpungan	160.060.000	172.886.400	179.568.000
Model	149.780.000	159.907.500	166.117.500
Tekwan	96.510.000	103.974.000	107.328.000
Lenggang	96.510.000	103.974.000	107.328.000
Total	872.123.000	1.086.540.600	1.128.203.600

**Tabel 12. Laporan Laba Rugi Pempek *Healthy Inside***

Keterangan	2018 (Rp)	2019 (Rp)	2020 (Rp)
<b>Total Penjualan</b>	<b>872.123.000</b>	<b>1.086.540.600</b>	<b>1.128.203.600</b>
<b>Biaya :</b>			
Modal Kerja:			
Bahan Baku	278.592.000	282.520.147	286.503.681
Operasional	151.120.000	153.250.792	155.411.628
Bahan Baku Tidak langsung	17.052.000	17.292.433	17.536.256
Perlengkapan	2.644.000	0	0
Depresiasi	2.110.000	2.110.000	2.110.000
<b>Total Biaya</b>	<b>451.518.000</b>	<b>455.173.372</b>	<b>461.561.565</b>
<b>EBT</b>	<b>420.605.000</b>	<b>631.367.228</b>	<b>666.642.035</b>
<b>Pajak (1%)</b>	<b>8.721.230</b>	<b>10.865.406</b>	<b>11.282.036</b>
<b>EAT</b>	<b>411.883.770</b>	<b>620.501.822</b>	<b>655.359.999</b>

**Tabel 13. Laporan Perubahan Modal**

Keterangan	2018 (Rp)	2019 (Rp)	2020 (Rp)
Modal Awal	459.958.000	871.841.770	1.492.343.592
Laba Bersih	411.883.770	620.501.822	655.359.999
<b>Modal Akhir</b>	<b>871.841.770</b>	<b>1.492.343.592</b>	<b>2.147.703.591</b>

**Tabel 14. Estimasi Aliran Arus Kas Pempek *Healthy Inside* 2018**

<b>Arus Kas dari Kegiatan Operasi :</b>		(Rupiah)
Kas dari Pelanggan (Penjualan)		872.123.000
Dikurangi :		
Perlengkapan	2.644.000	
Biaya Bahan Baku	278.592.000	
Biaya Operasional	151.120.000	
Biaya Bahan Baku Tidak Langsung	17.052.000	
Pajak (1%)	8.721.230	
Total Pengurangan		458.129.230
Total Arus Kas dari kegiatan operasi		413.993.770
<b>Arus Kas dari Kegiatan Investasi :</b>		
Pembelian Aktiva	(10.550.000)	
Total Arus Kas dari kegiatan investasi		(10.550.000)
<b>Arus Kas dari Kegiatan Pendanaan</b>		0
Kenaikan dalam kas		403.443.770
Kas pada awal tahun		459.958.000
Kas pada akhir tahun		863.401.770

**Tabel 15. Estimasi Aliran Arus Kas Pempek *Healthy Inside* 2019**

<b>Arus Kas dari Kegiatan Operasi :</b>		(Rupiah)
Kas dari Pelanggan (Penjualan)		1.086.540.600
Dikurangi :		
Perlengkapan	0	
Biaya Bahan Baku	282.520.147	
Biaya Operasional	153.250.792	
Biaya Bahan Baku Tidak Langsung	17.292.433	
Pajak (1%)	10.865.406	
Total Pengurangan		463.928.778
Total Arus Kas dari kegiatan operasi		622.611.822
<b>Arus Kas dari Kegiatan Investasi :</b>		
Pembelian Aktiva	0	
Total Arus Kas dari kegiatan investasi		0
<b>Arus Kas dari Kegiatan Pendanaan</b>		0
Kenaikan dalam kas		622.611.822
Kas pada awal tahun		863.401.770
Kas pada akhir tahun		1.486.013.592

**Tabel 16. Estimasi Aliran Arus Kas Pempek Healthy Inside 2020**

<b>Arus Kas dari Kegiatan Operasi :</b>		(Rupiah)
Kas dari Pelanggan (Penjualan)		1.128.203.600
Dikurangi :		
Perlengkapan	0	
Biaya Bahan Baku	286.503.681	
Biaya Operasional	155.411.628	
Biaya Bahan Baku Tidak Langsung	17.536.256	
Pajak (1%)	11.282.036	
Total Pengurangan		470.733.601
Total Arus Kas dari kegiatan operasi		657.469.999
<b>Arus Kas dari Kegiatan Investasi :</b>		
Pembelian Aktiva	0	
Total Arus Kas dari kegiatan investasi		0
<b>Arus Kas dari Kegiatan Pendanaan</b>		0
Kenaikan dalam kas		657.469.999
Kas pada awal tahun		1.486.013.592
Kas pada akhir tahun		2.143.483.591

**Tabel 17. Neraca Pempek Healthy Inside**

Pos Neraca	2018 (Rp)	2019 (Rp)	2020 (Rp)
<b>Aktiva</b>			
<b>Aktiva Lancar</b>			
Kas	863.401.770	1.486.013.592	2.143.483.591
<b>Total Aktiva Lancar</b>	863.401.770	1.486.013.592	2.143.483.591
<b>Aktiva Tetap</b>			
Peralatan	10.550.000	8.440.000	6.330.000
Akm. Depresiasi	(2.110.000)	(2.110.000)	(2.110.000)
<b>Total Aktiva Tetap</b>	8.440.000	6.330.000	4.220.000
<b>Total Aktiva</b>	871.841.770	1.492.343.592	2.147.703.591
<b>Passiva dan Ekuitas</b>			
<b>Passiva</b>			
Utang	0	0	0
<b>Total Passiva</b>	0	0	0
<b>Ekuitas</b>			
Modal akhir	871.841.770	1.492.343.592	2.147.703.591
<b>Total Ekuitas</b>	871.841.770	1.492.343.592	2.147.703.591
<b>Total Passiva dan Ekuitas</b>	871.841.770	1.492.343.592	2.147.703.591



*Payback Period* (PP) Pempek *Healthy Inside* yaitu selama 1 tahun 1 bulan 24 hari. Hasil perhitungan NPV Pempek *Healthy Inside* adalah Rp. 1.080.073.785 dan bernilai positif, sehingga investasi usaha Pempek *Healthy Inside* layak atau dapat diterima. Hasil perhitungan PI Pempek *Healthy Inside* yaitu 3,35 lebih besar dari 1, sehingga investasi usaha Pempek *Healthy Inside* layak atau dapat diterima. Hasil perhitungan IRR dari Pempek *Healthy Inside* yaitu 94,84% dan menggunakan BI rate sebesar 4,25% sebagai perhitungan bunga pinjaman, maka investasi Pempek *Healthy Inside* melalui perhitungan IRR dapat diterima. Perhitungan ARR Pempek *Healthy Inside* sebesar 244,62% lebih besar dari nilai ARR (30%) sehingga usaha Pempek *Healthy Inside* dapat diterima.

BEP rupiah tahun 2018 adalah Rp. 219.014.492. BEP unit tahun 2018 per produk yakni, aneka pempek kecil adalah 4.234 unit, pempek telur besar adalah 3.788 unit, model adalah 394 unit, tekwan adalah 2.672 unit, celimpungan adalah 1.884 unit, laksan adalah 1.215 unit, lenggang adalah 1.620 unit.

BEP rupiah tahun 2019 adalah Rp. 217.752.161. BEP unit tahun 2019 per produk yakni, aneka pempek kecil adalah 3.512 unit, pempek telur besar adalah 3.145 unit, model adalah 3.255 unit, tekwan adalah 2.247 unit, celimpungan adalah 1.546 unit, laksan adalah 1.009 unit, lenggang adalah 1.348 unit.

BEP rupiah tahun 2020 adalah Rp. 214.964.438. BEP unit tahun 2020 per produk yakni, aneka pempek kecil adalah 3.426 unit, pempek telur besar adalah 2.989 unit, model adalah 3.093 unit, tekwan adalah 2.150 unit, celimpungan adalah 1.470 unit, laksan adalah 950 unit, lenggang adalah 1.276 unit.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin 2017, *Kenapa Indonesia disebut Negara Maritim*, Skripsi S1, Diakses pada 10 September, dari <http://www.tuliat.com/kenapa-indonesia-disebut-negara-maritim-ini-alasannya/>
- Admin 2016, *Angka Konsumsi Ikan*, Skripsi S1, Diakses pada 10 September, dari <http://statistik.kkp.go.id/sidatik-dev/index.php?m=3&id=2> Kadek Dwi Putra
- Adnestamaria 2014, *Laju Pertumbuhan Ekonomi*, Skripsi S1, Diakses pada 11 September 2017, dari <https://adnstantiabenedith.wordpress.com/2014/05/01/laju-pertumbuhan-ekonomi/>
- Alodokter 2016, *Manisnya nutrisi di dalam manfaat ubi jalar*, Skripsi S1, Diakses pada 24 September 2017
- Bayangkara, IBK 2008, *Audit Manajemen Prosedur dan Implementasi*, Salemba Empat, Jakarta
- Carl S. Warren 2014, *American Accounting Assosiation*, Salemba Empat, Jakarta
- Chester Barnard 2005, *The Function of The Excecutive*, Salemba Empat, Jakarta
- Ciputra 2015, *Segmentasi Pasar Berdasarkan Pengelompokan dan Contoh*, Skripsi S1, Diakses pada 11 September 2017, dari <http://ciputrauceo.net/blog/2015/7/14/segmentasi-pasar-beserta-pengelompokan-dan-contoh>
- Hidayat Purwana 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Jay Heizer 2015, *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, Salemba Empat, Jakarta
- Jumingan 2009, *Analisis Laporan Keuangan*, Bumi Aksara, Surakarta
- Kasmir 2007, *Dasar-Dasar Perbankan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Ma'ruf Hidayat 2014, *Pengertian, Fungsi, Manfaat, dan Sumber Vitamin A*, Skripsi S1, Diakses pada 11 September 2017, dari <http://marriedcatpeople.blogspot.co.id/2014/03/pengertian-fungsi-manfaat-dan-sumber-vitamin-a.html>
- Mgid 2014, *33 Manfaat dan Khasiat Cumi-Cumi Untuk Kesehatan*, Skripsi S1, Diakses pada 11 September 2017, dari <http://www.khasiat.co.id/ikan/cumi-cumi.html>
- Muhammad Ali 2000, *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*, Angkasa, Bandung
- Muhammad 2016, *Angka Konsumsi Ikan 2010-2015*, Skripsi S1, Diakses 24 September 2017, dari <http://statistik.kkp.go.id/sidatik-dev/index.php?m=3&id=2>

- Mursyidi 2008, *Akuntansi Biaya*, PT. Refika Aditama, Bandung
- Philip Kotler 2007, *Manajemen Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia*, Indeks, Jakarta
- Philip Kotler dan Armstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta
- R. Agus Sartono 2010, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, BPFE, Yogyakarta
- Ridwan HR 2013, *Hukum Administrasi Negara*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Sari 2015, *Manfaat Daun Suji pun Ampuh Mengatasi Beberapa Penyakit*, Skripsi S1, Diakses pada 11 September 2017, dari <http://9manfaatdaun.blogspot.co.id/2015/04/tak-cuma-untuk-pewarna-alami-manfaat.html>
- Selviana 2013, *Analisis Pengendalian Intern Atas Piutang Usaha pada PD. Subur Jaya Palembang*, Skripsi S1, Diakses 24 September 2014, dari [www.univ-tridinanti.ac.id](http://www.univ-tridinanti.ac.id)
- Simamora 2010, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, STIE YKPN, Yogyakarta
- Sukirno 2015, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, Salemba Empat, Jakarta
- Sritomo 2009, *Tata Letak Pabrik dan Pemindahan Bahan*, Salemba Empat, Jakarta
- Tjiptono 2007. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Malang
- Tjiptono dan Chandra 2012, *Pemasaran Strategik*, ANDI, Yogyakarta
- Wardayadi 2014, *Kebutuhan Manusia*, Skripsi S1, Diakses pada 10 September Jakarta, dari <https://wardayadi.wordpress.com/materi-ajar/kelas-x/kebutuhan-manusia/>
- Wilson Bangun 2008, *Intisari Manajemen*, PT. Refika Aditama, Bandung
- Yuli Yana 2016, *41 Manfaat Buah Naga Untuk Kesehatan*, Skripsi S1, Diakses pada 11 September 2017, dari <https://manfaat.co.id/manfaat-buah-naga>